



FRONTOZA
SZKOLENIA
IZABELA MEJZA



Skuteczny E-Marketing - szkolenie

Numer usługi 2025/03/25/120942/2646826

📍 Poznań / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 28.04.2025 do 30.04.2025

4 612,50 PLN brutto

3 750,00 PLN netto

192,19 PLN brutto/h

156,25 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do osób, które chcą poznać trendy oraz sposoby zwiększania konwersji stron internetowych oraz realizowanych kampanii e marketingowych. Szkolenie to stanowi wprowadzenie w zagadnienia e-marketingu.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	25-04-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	24
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa "Skuteczny E-Marketing - szkolenie" przygotowuje do realizacji sposobów na zwiększenie poziomu konwersji oraz rozpoznawalności marki, zwiększenie obrotów oraz ulepszenie modelu biznesowego. Przygotowuje do realizacji

komunikacji marketingowej i do budowania silnego, atrakcyjnego dla kupujących wizerunku takich jak strona internetowa, social media, realizowane mailingi.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
nadzoruje rozpoznawalność marki, obroty oraz model biznesowy	Efekt uczenia się weryfikowany jest zgodnie z zapisami programu szkolenia	Wywiad swobodny
kontroluje komunikację marketingową	Efekt uczenia się weryfikowany jest zgodnie z zapisami programu szkolenia	Wywiad swobodny
projektuje silny i atrakcyjny wizerunek (strona internetowa, social media, realizowane mailingi)	Efekt uczenia się weryfikowany jest zgodnie z zapisami programu szkolenia	Wywiad swobodny
montuje skuteczny E-marketing w celu zwiększenia poziom konwersji nawet o 70%	Efekt uczenia się weryfikowany jest zgodnie z zapisami programu szkolenia	Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

1. Wprowadzenie:

- Od marki do konwersji – marketingowe tryby, które muszą ze sobą współistnieć.
- **Status quo** w marketingu – czy uda mi się utrzymać udziały w rynku będąc jako marka biernym.
- Czym jest skuteczny marketing i kim jest skuteczny marketer w 2018 roku?
- Czynniki marketingowego oporu.
- Dlaczego ludzie od Ciebie kupują – lub nie kupują?

- Marketingowa piramida sukcesu i porażki.

2. Filary budowy silnej marki – jak wykorzystać branding do budowy wartości postrzeganej

- **Target Grupa** – czyli jak określić idealnego potencjalnego klienta?
- Kim jest twój odbiorca komunikacji marketingowej?
- **Brand Values** – czyli czym są wartości marki i jak je komunikować?
- **Brand Promise** – jak skomponować główną obietnicę marki?
- **Reason to Believe** – jak sprawić, by klienci zawierzili twojemu przekazowi?
- USP/ESP – unikalna i emocjonalna propozycja wartości w komunikacji marketingowej.

3. Branding

- Czym jest **branding** i po co z niego korzystać?
- A czym jest **brand**? I jakie daje firmom korzyści?
- Cztery rodzaje brandingu – percepcyjny, emocjonalny, społeczny i kulturowy – czyli brandingowy mix, któremu klienci nie mogą się oprzeć.
- Kluczowe elementy brandingu, bez których twoja marka utknie w miejscu.
- **Diagnoza marki** – marka z punktu widzenia klienta – na co zwracać uwagę, aby percepcja marki w umysłach klientów była zgodna z założeniami strategicznymi.

4. Trendy marketingowe, których nie możesz ignorować

- **4 jeźdźcy marketingowej rewolucji** – digitalizacja, dialogizacja, medializacja i fragmentaryzacja.
- **Live streaming** – jak wykorzystać potęgę transmisji na żywo?
- **Human to human** – czyli jak mówić do odbiorców ich językiem i jednocześnie nie stracić profesjonalnego wizerunku?
- **Influencer marketing** – czyli jak wykorzystać rozpoznawalność marek osobistych do wzmocnienia własnego brandu?
- **Real time marketing** – jak wykorzystać bieżące popularne wydarzenia w komunikacji marketingowej?

5. Jak wykorzystywać emocje w komunikacji marketingowej

- Rodzaje mózgu i jego sposoby reakcji na bodźce.
- Trigery mózgowie i społeczne – jak wyzwalają decyzje konsumenckie.
- Emocje, które najsilniej motywują do działania.
- Mechanizm **propulsji i retropulsji**.
- Przykłady wykorzystania emocji w komunikacji marketingowej.

6. Skuteczne modele komunikacji - najsukcesowniejшие formuły copywriterskie

- **Model AIDA+s**
- **PAS**
- **BAB**
- **Problem – no problem**
- **Język korzyści vs język straty**
- **Soft selling vs. hard selling** – jak dzięki miękkiej komunikacji osiągać twarde rezultaty sprzedażowe.

7. Techniki wzbudzania zaangażowania w publikacjach

- **Luka informacyjna** – jak umysł reaguje na brakujące informacje.
- **Kauzacja** – potęga dobrego uzasadnienia w komunikacji marketingowej.
- Wielkie kwantyfikatory.
- Techniki zwiększania liczby interakcji i komentarzy.

8. Skuteczna komunikacja w mediach społecznościowych

- Które media społecznościowe wybrać do komunikacji własnej marki.
- Jak skutecznie sprzedawać przez media społecznościowe.
- Najsukcesowniejшие rodzaje postów oraz formatów reklamowych w social media.
- **Intencje użytkowników** social media.
- Wartość rekomendacji i opinii.
- Jak radzić sobie z ograniczaniem zasięgów organicznych.
- Co kochają algorytmy w mediach społecznościowych – w jaki sposób żyć z nimi w zgodzie.
- Niedozwolone techniki komunikacji marketingowej na Facebooku grożące blokadą fanpage'ów.

9. Filary przewagi konkurencyjnej w internecie

- Strona www – **jak zaprojektować stronę www**, aby była skutecznym narzędziem sprzedażowym – obowiązkowe elementy i parametry techniczne.
- Google – jak wykorzystać wyszukiwarke, aby była źródłem wartościowych klientów zarówno z poziomu organicznego oraz działań płatnych.
- Social media – marketingowa dźwignia, bez której nie można mówić o skutecznym marketingu – najważniejsze wskaźniki, którymi powinieneś się kierować.
- Video – jak wykorzystać format video w procesie budowy marki i sprzedaży.
- **E-mail marketing** – narzędzie bez którego nie poprowadzisz udanej kampanii marketingowej.
- Remarketing – czym jest remarketing i jak go efektywnie wykorzystywać.

10. E-mail marketing – planowanie, tworzenie i analizowanie kampanii e-mail marketingowych

- Strategia mailingowa – wybór grupy docelowej i jej segmentowanie, określenie celu oraz kalendarza wysyłek.
- Jak pozyskiwać i rozbudowywać bazy mailingowe.
- Przygotowanie mailingu – **układ, treść, grafiki i odnośniki** – elementy tworzące idealny mailing.
- Pola: Temat i nadawca – jakie one mają znaczenie?
- Badanie efektywności – **docieralności i klikalności**, czyli jak interpretować kluczowe wskaźniki?
- Jaką wybrać platformę do mailingu?
- Jak zaplanować działania cold mailingowe, tak by realizowały konwersję

11. Najczęstsze przyczyny niepowodzeń w realizowanych kampaniach marketingowych

- **4 najważniejsze błędy w planowaniu kampanii marketingowej.**
- Kiedy egzekucja strategii marketingowej nie może przynieść oczekiwanych rezultatów?
- **3 działania**, które zawsze kończą się porażką niezależnie od wielkości zaangażowanego budżetu.

12. Narzędzia skutecznego marketera

- Narzędzia reklamowe.
- Narzędzia wizualne.
- Narzędzia do streamingu live.
- Narzędzia do zarządzania projektami marketingowymi.
- Narzędzia do zarządzania treścią marketingową.
- Narzędzia do automatyzacji komunikacji z klientami.
- Narzędzia do mailingu.
- Narzędzia do monitoringu mediów i wyłapywania interesujących markę wzmianek.
- Narzędzia do analizy zachowań użytkowników na stronie www.
- Narzędzia do analizowania stron www konkurencji

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 6

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; display: inline-block; font-weight: bold;">1 z 6</div> Wprowadzenie; Filary budowy silnej marki – jak wykorzystać branding do budowy wartości postrzeganej	Krystian Pluciak	28-04-2025	08:00	12:00	04:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 6 Branding; Trendy marketingowe, których nie możesz ignorować	Krystian Pluciak	28-04-2025	12:00	16:00	04:00
3 z 6 Jak wykorzystywać emocje w komunikacji marketingowej; Skuteczne modele komunikacji - najsukuteczniejsze formuły copywriterskie	Krystian Pluciak	29-04-2025	08:00	12:00	04:00
4 z 6 Techniki wzbudzania zaangażowania w publikacjach; Skuteczna komunikacja w mediach społecznościowych	Krystian Pluciak	29-04-2025	12:00	16:00	04:00
5 z 6 Filary przewagi konkurencyjnej w internecie; E-mail marketing – planowanie, tworzenie i analizowanie kampanii e-mail marketingowych	Krystian Pluciak	30-04-2025	08:00	12:00	04:00
6 z 6 Najczęstsze przyczyny niepowodzeń w realizowanych kampaniach marketingowych; Narzędzia skutecznego marketera	Krystian Pluciak	30-04-2025	12:00	16:00	04:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 612,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 750,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	192,19 PLN
Koszt osobogodziny netto	156,25 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Krystian Pluciak

Prezes zarządu Flow Up Group sp. z o.o. Wielokrotnie zapraszany w roli prowadzącego wykłady na studiach MBA oraz wydarzeniach biznesowych w zakresie kultury organizacyjnej, zarządzania oraz marketingu. Autor Księgi Dobrych Praktyk - najlepiej zorganizowanych polskich firm. Inicjator i organizator Klubu Dobrych praktyk, miejsca, gdzie przedsiębiorcy mogą się spotykać by wymieniać myśli managerskie. W zakresie e-marketingu potrafi wykonać strony internetowe, badać ich UX, tworzyć treści, które sprzedają oraz reklamy. Pochłonięty przez filozofię zarządzania, zwłaszcza jej falsyfikacją w zakresie szkodliwych metod i pseudonauki w biznesie, psychologii oraz ekonomii. Zgodnie ze starożytną zasadą "Via negativa", mówiącą że bezpieczniej i łatwiej jest usunąć z systemu to co nie działa niż mnożyć byty.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały merytoryczne: arkusze do pracy, notes, długopis

Adres

ul. Juliusza Słowackiego 55/1

60-521 Poznań

woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Izabela Mejza

E-mail szkolenia@frontoza.pl

Telefon (+48) 663 345 428